

## **PUBLIKACJE**

### **ARTYKUŁY W CZASOPISMACH RECENZOWANYCH:**

1. Brzozowska M., Kinach-Brzozowska K.: *Prawne i etyczne aspekty reklamy napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych w Polsce*. Zeszyty Naukowe Politechniki Gdańskiej nr 581 Filozofia, 2000, s. 51-58.
2. Brzozowska M.: *Komunikacja marketingowa w usługach edukacyjnych (na przykładzie Podyplomowego Studium Reklamy)*. /w:/ *Doświadczenia polskich uczelni technicznych*. Red. Nauk. M. Daszkowska. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej, ISBN 83-88617-06-0; nr 1), 2002, s. 235-247.
3. Brzozowska M.: *Sytuacja na rynku pracy w obszarze "Zarządzanie i Marketing"*. /w:/ *Dydaktyka marketingu w wyższej uczelni technicznej*. Red. Nauk. D. Dąbrowski. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej, ISSN 1731-2639; nr 2), 2003, s. 21-30.
4. Brzozowska M.: *Zintegrowana platforma handlowa jako przykład innowacji w handlu elektronicznym*. /w:/ *Marketing a innowacje*. Red. Nauk. J. Koszałka. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej. Wydział Zarządzania i Ekonomii, ISSN 1731-2639; nr 3) 2004, s. 81-88.
5. Brzozowska M.: *Komunikacja w Internecie* /w:/ *Nowe trendy w marketingu*. Red. Nauk. A. Drapińska. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej. Wydział Zarządzania i Ekonomii, ISSN 1731-1639; nr 4) 2005, s. 7-14.
6. Brzozowska-Woś M.: *Rozwój handlu elektronicznego na tle rozwoju gospodarki internetowej w Polsce*. /w:/ *Wybrane zagadnienia marketingu dóbr inwestycyjnych*. Red. Nauk. B. Czerwiński. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej, ISSN 1731-2639; nr 6) 2007, s. 7-17.
7. Brzozowska-Woś M.: *Powiązania między handlem elektronicznym, biznesem elektronicznym oraz gospodarką elektroniczną*. /w:/ *Rynki przesyłu i przetwarzania informacji - stan obecny i perspektywy rozwoju*, część 1. Red. Nauk. H. Babis, J. Buko, R. Czaplewski, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe nr 544, Ekonomiczne problemy usług nr 35, ISSN 1640-6818), 2009, s. 549-562.
8. Brzozowska-Woś M.: *Wskaźniki skuteczności wybranych narzędzi komunikacji marketingowej*. /w:/ *Marketing przyszłości: Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej*. Red. Nauk. G. Rosa, A. Smalec, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 559: Ekonomiczne Problemy Usług nr 42, ISSN 1640-6818), 2009, s. 20-28.
9. Brzozowska-Woś M.: *Sektor B2C w Polsce - badanie działań rynkowych stosowanych przez wybrane serwisy e-commerce* /w:/ *E-gospodarka w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*. Red. Nauk. H. Babis, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 597, Ekonomiczne problemy usług nr 57, ISSN 1640-6818), 2010, s. 85-94.
10. Brzozowska-Woś M.: *Źródła informacji najczęściej wykorzystywane przez młodych konsumentów podczas podejmowania decyzji nabywczych w Internecie*. /w:/ *Marketing przyszłości. Trendy, strategie, instrumenty*. Red. Nauk. G. Rosa, A. Smalec, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 594, Ekonomiczne problemy usług nr 54, ISSN 1640-6818), 2010, s. 175-186.
11. Brzozowska-Woś M.: *Zachowania rynkowe młodych konsumentów w Internecie w świetle badań wybranej grupy studentów trójmiejskich uczelni publicznych*. /w:/ *Relacyjne aspekty zachowań konsumenckich*. Red. Nauk. E. Rudawska, J. Perenc,

- Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe 608, Problemy zarządzania, finansów i marketingu nr 15, ISSN 1640-6818), 2010, s. 396-410.
12. Brzozowska-Woś M.: *Nowe możliwości rozwoju komunikacji marketingowej w Internecie. /w:/ Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Zachowania konsumentów. Trendy i kierunki zmian.* Red. Nauk. G. Rosa, A. Smalec, I. Ostrowska, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 660, Ekonomiczne problemy usług nr 72, ISSN 1640-6818), 2011, s. 307-316.
  13. Brzozowska-Woś M.: *Search engine marketing jako istotne narzędzie komunikacji marketingowej. /w:/ Drogi dochodzenia do społeczeństwa informacyjnego. Stan obecny, perspektywy rozwoju i ograniczenia, część II,* Red. Nauk. M. Czaplewski, P. Ładny (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 651, Ekonomiczne problemy usług nr 68, ISSN 1640-6818), Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2011, s. 649-657.
  14. Brzozowska-Woś M.: *Social commerce – nowy trend w handlu elektronicznym. /w:/ Handel we współczesnej gospodarce. Źródła i przejawy innowacyjności,* Red. Nauk. M. Sławińska (Zeszyty Naukowe Nr 175, ISSN 1689-7374), Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 2011, s. 221-231.
  15. Brzozowska-Woś M.: *Quick Response Code w komunikacji marketingowej. /w:/ Gospodarka elektroniczna. Wyzwania rozwojowe,* tom II, Red. Nauk. H. Babis, M. Czaplewski, (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 703, Ekonomiczne problemy usług nr 88, ISSN 1640-6818), Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2012, s. 34-43.
  16. Brzozowska-Woś M.: *Komunikacja marketingowa a wybrane narzędzia marketingu mobilnego. /w:/ Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty: Komunikacja marketingowa podmiotów rynkowych.* Red. Nauk. G. Rosa, A. Smalec, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 712, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, nr 26), 2012, s. 135-146.
  17. Brzozowska-Woś M.: *Media społecznościowe a wizerunek marki. Journal of Managment and Finance,* Vol.11, nr 1/1, 2013, s. 53-64.
  18. Brzozowska-Woś M.: *QR Code jako narzędzie komunikacji z klientami. /w:/ Europejska przestrzeń komunikacji elektronicznej,* tom I, Red. Nauk. J. Buko, (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 762, Ekonomiczne problemy usług nr 104, ISSN 1640-6818), Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2013, s. 89-97.
  19. Brzozowska-Woś M.: *Elektroniczne instrumenty komunikacji marketingowej w marketingu usług medycznych. /w:/ Współczesne problemy zarządzania w ochronie zdrowia z perspektywy systemu i organizacji.* Red. Nauk. R. Lewandowski, M. Kautsch, Ł. Sułkowski, Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk (PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE, tom XIV, zeszyt 10, część I, ISSN 1733-2486), 2013, s. 31-40.
  20. Brzozowska-Woś M.: *Inbound marketing a skuteczna komunikacja marketingowa. /w:/ Marketing i rynek,* 8/2014, PWE, s. 39-45.
  21. Brzozowska-Woś M.: *Kierunki rozwoju handlu elektronicznego. Research on Enterprise in Modern Economy – theory and practice,* 2014/01, Politechnika Gdańska, s. 5-15.
  22. Brzozowska-Woś M.: *Zastosowanie pogłębionych wywiadów osobistych w badaniu postrzegania treści internetowych na temat produktów i firm. Marketing i rynek,* 11/2014, s. 528-536.
  23. Schivinski B., Brzozowska-Woś M.: *Badanie aktywności online polskich konsumentów dotyczącej marek. E-mentor,* 2 (59), 2015, s. 77-85.
  24. Brzozowska-Woś M.: *Wybrane aspekty zachowań internautów a skuteczny proces komunikacji marketingowej. Logistyka,* 2/2015, Instytut Logistyki i Magazynowania, s. 1146-1152.
  25. Brzozowska-Woś M.: *Analiza postaw internautów wobec marki w mediach społecznościowych. /w:/ Rola podmiotów rynkowych w kształtowaniu wizerunku organizacji i postrzeganiu wartości marki,* Red. Nauk. G. Rosa, M. Brzozowska-Woś, Szczecin: Wyd. Naukowe

- Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe 875, Problemy zarządzania, finansów i marketingu nr 41, tom 1, ISSN 1640-6818), 2015, s. 67-79.
26. Brzozowska-Woś M.: *Wybrane aspekty zachowań internautów oraz rozwój komunikacji marketingowej w Internecie – Polska na tle innych krajów europejskich*. Handel wewnętrzny, nr 6 (359), 2015, s. 13-23.
  27. Brzozowska-Woś M.: *Zintegrowane działania komunikacyjne w Internecie na przykładzie marki Żywiec Zdrój Smako-Łyk. /w:/ Konsumpcja jako forma komunikacji społecznej. Nowe paradygmaty i konteksty badawcze*. Red. Nauk. W. Patrzałek, Wrocław: Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 414), 2015, s. 42-60.
  28. Badzińska E., Brzozowska-Woś M.: *Entrepreneurship in virtual economy – a case study*. *Journal of Management and Business Administration. Central Europe*, vol. 25, no. 3, 2017, s. 2-19.
  29. Brzozowska-Woś M., Schivinski B.: *Zaufanie do marek jako mediator pomiędzy postrzeganym ryzykiem i skłonnością do elektronicznego word-of-mouth*. Handel Wewnętrzny, nr 5 (370), 2017, s. 72-81.
  30. Unal G., Schivinski B., Brzozowska-Woś M.: *Literature review on conceptualisation of online consumer engagement*. Handel Wewnętrzny, nr 6(371), 2017, s. 353-362.
  31. Gupta S., Brzozowska-Woś M., Schivinski B.: *Antecedents and consequences of brand loyalty*. Handel Wewnętrzny, nr 5(370), 2017, s. 200-212.
  32. Schivinski B., Brzozowska-Woś M., Buchanan E. M., Griffiths M. D., & Pontes H. M.: *Psychometric assessment of the internet gaming disorder diagnostic criteria: an item response theory study*. *Addictive Behaviors Reports*, vol. 8, 2018, p. 176-184.
  33. Brzozowska-Woś M.: *The Effects of Perceived Risk, Brand Value and Brand Trust on eWOM*. Handel Wewnętrzny, nr 6(377), tom 1, 2018, s. 95-109.
  34. Pontes H. M., Schivinski B., Brzozowska-Woś M., & Stavropoulos V.: *Laxer Clinical Criteria for Gaming Disorder May Hinder Future Efforts to Devise an Efficient Diagnostic Approach: A Tree-Based Model Study*. *Journal of clinical medicine*, vol. 8, no. 10, 2019, 1730.
  35. Brzozowska-Woś M., Schivinski B.: *The Effect of Online Reviews on Consumer-Based Brand Equity: Case-Study of the Polish Restaurant Sector*. *Central European Management Journal*, vol. 27, no. 3, 2019, s. 2-27.
  36. Dabrowski, D., Brzozowska-Woś, M., Gołąb-Andrzejak, E., & Firgolska, A.: *Market Orientation and a Hotel's Performance: The Mediating Effect of Creative Marketing Programmes*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 41, 2019, p. 175-183.
  37. Brzozowska-Woś M., Schivinski B.: *The influence of interpersonal motivation on polish consumers' online brand-related activity*. *Argumenta Oeconomica*, vol. 2, no. 43, 2019, s. 213-231.

#### **ARTYKUŁY W CZASOPISMACH DOSTĘPNYCH W WERSJI ELEKTRONICZNEJ [TAKŻE ONLINE] :**

1. Brzozowska Magdalena: *Komunikacja on-line*. /w:/ *Świat Marketingu*, Katedra Strategii Marketingowych, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, lipiec 2002, ISSN 1642-711X, <http://www.swiatmarketingu.pl>.
2. Brzozowska M.: *Komunikacja on-line*. /w:/ *Epr.pl*. Vortal PR, listopad 2005, <http://www.epr.pl>.

#### **ROZDZIAŁY W MONOGRAFIACH I PODRĘCZNIKACH AKADEMICKICH:**

1. Brzozowska M., Kinach-Brzozowska K.: *Etyczno-prawny wymiar reklamy*. /w:/ *Etyczne podstawy kultury biznesu*. Red. Nauk. J. Kubka. Gdańsk: Zakład Nauk Filozoficznych Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej, 2001, s. 169-188.
2. Brzozowska M.: *Marketing zewnętrzny: Promocja*. /w:/ *Marketing: ujęcie systemowe*. Red. Nauk. M. Daszkowska. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, 2005, ISBN 83-7348-140-0, s. 120-138.

3. Brzozowska M.: *Marketing w Internecie. /w:/ Marketing: ujęcie systemowe*. Red. Nauk. M. Daszkowska. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, 2005, ISBN 83-7348-140-0, s. 253-279.
4. Brzozowska-Woś M.: *Modele biznesu elektronicznego a modele komunikacji marketingowej. /w:/ Nowe trendy w marketingu dla menedżerów*. Red. Nauk. B. Czerwiński. Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska, Gdańsk 2008, ISBN 978-83-886175-4-6, s. 29-41.
5. Brzozowska-Woś M.: *Wybrane instrumenty zintegrowanej komunikacji marketingowej. /w:/ Zintegrowana działalność promocyjna na rynkach krajowych i międzynarodowych*. Red. Nauk. A. Pabian, Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2010, ISBN 978-83-61118-69-5, s. 106-113.
6. Brzozowska-Woś M.: *Wybrane czynniki wpływające na rynkowe zachowania konsumentów. /w:/ Marketing. Ujęcie relacyjne*. Red. Nauk. M. Brzozowska-Woś, Gdańsk: Katedra Marketingu Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej, 2010, ISBN 978-83-62197-36-1, s. 31-59.
7. Brzozowska-Woś M.: *Rozwój polskiej gospodarki opartej na technikach informacyjnych. /w:/ Otoczenie współczesnych przedsiębiorstw – specyfika i zmiany*. Red. Nauk. A. Gierczak, J. Wiażewicz, A. Zielińska, Rzeszów: Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, 2012, ISBN 978-83-7199-730-3, s. 97-104.
8. Brzozowska-Woś M.: *Crowdsourcing a komunikacja z konsumentami. /w:/ Technologie informacyjne w funkcjonowaniu organizacji. Zarządzanie z wykorzystaniem multimediiów*. Red. Nauk. L. Kiełtyka, Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności „Dom Organizatora”, 2013, ISBN 978-83-7285-692-0, s. 39-51.
9. Brzozowska-Woś M.: *Komunikacja marketingowa, jako istotny instrument kreujący wizerunek nowego produktu. /w:/ Planowanie i rozwój nowych produktów – aspekty strategiczne, techniczne i marketingowe*. Red. Nauk. M. Wirkus, A. M. Lis, Warszawa: CeDeWu, 2015, ISBN 978-83-7556-695-6, s. 217-240.
10. Brzozowska-Woś M.: *Marka a postrzeganie nowych produktów. /w:/ Planowanie i rozwój nowych produktów – aspekty strategiczne, techniczne i marketingowe*. Red. Nauk. M. Wirkus, A. M. Lis, Warszawa: CeDeWu, 2015, ISBN 978-83-7556-695-6, s. 241-253.
11. Brzozowska-Woś M.: *Cena i dystrybucja, jako instrumenty kreujące wizerunek nowego produktu. /w:/ Planowanie i rozwój nowych produktów – aspekty strategiczne, techniczne i marketingowe*. Red. Nauk. M. Wirkus, A. M. Lis, Warszawa: CeDeWu, 2015, ISBN 978-83-7556-695-6, s. 255-273.

#### **MATERIAŁY KONFERENCYJNE (recenzowane):**

1. Brzozowska M.: *Wybrane narzędzia marketingu elektronicznego a idea marketingu „za przyzwoleniem”*. /w:/ *Marketing. Doświadczenia i perspektywy*. Red. Nauk. M. Daszkowska. Gdańsk: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechnika Gdańska, 2004, ISBN 83-88617-12-5, s. 57-64.

#### **REDAGOWANIE: MONOGRAFII, PODRĘCZNIKÓW AKADEMICKICH, CZASOPISM NAUKOWYCH, WYDAWNICTW ZBIOROWYCH:**

1. *Marketing. Ujęcie relacyjne*. Red. Nauk. M. Brzozowska-Woś, Gdańsk: Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej, 2010, ISBN 978-83-62197-36-1.
2. *Rola podmiotów rynkowych w kształtowaniu wizerunku organizacji i postrzeganiu wartości marki*, Red. Nauk. G. Rosa, M. Brzozowska-Woś, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego (Zeszyty Naukowe 875, Problemy zarządzania, finansów i marketingu nr 41, tom 1, ISSN 1640-6818), 2015.